电视媒体与新媒体融合的关键与路径

摘　要：如今，随着信息化的不断发展，我国的传统电视媒体开始进行改革，逐渐与新媒体开始融合，影视界开始加大了对这种新模式的探讨。但是在我国的市场条件下去组建新的发展模式，实现影视界的多元发展是一个重点、难点问题。在构建电视媒体与新媒体融合的过程中，要秉承可持续发展的方针进行新旧媒体的联合发展。本文主要是通过介绍电视媒体在新媒体的冲击下所受到的影响，以及对电视媒体与新媒体进行融合的模式、关键与路径进行阐述。

关键词：电视媒体；新媒体；融合；关键；路径
中图分类号：G220.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-058-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.03.002

■文 / 徐　涛

互联网的发展，带动了我国一系列产业的发展，它为我国的经济、企业的发展带来了巨大的发展机遇，时刻影响着人们的日常生活。企业之间也建立了专业的互联网数据交流、交换平台，也叫 Business-to-Business，简称 B2B，打破了企业原来的经营方式。如今互联网的风暴也刮到了电视媒体行业，随着电视媒体与互联网的逐渐融合，它改变了原有的以客厅电视为主的设计模式，让广大人民群众有了更多的选择。但是电视媒体要充分与新媒体进行融合的话，就必须认清传统电视媒体的现状，运用互联网思维进行创新性的结合。

1. 电视媒体受新媒体影响的现状

1.1 电视媒体的用户被分散

随着互联网覆盖面的不断扩大，新媒体的传播越来越不受时间和地域的限制，大大分流了电视媒体的市场份额。这种现象在青少年以及成年人的群体中表现得尤为突出。如今的电视观众大部分都是老年人，年轻人大多使用手机新闻软件观看时事新闻，年轻人的兴趣很容易被新媒体吸引。

1.2 电视媒体广告不断减少

除了电视媒体的观众群被分散、减少外，传统电视媒体主要的盈利点广告，也逐渐被新媒体分流。随着新媒体的发展，新媒体的方便、新颖等特点渐渐被广大用户认可。与此同时，大量的广告客户将广告的投放重点转移到了新媒体上，包括视频网站、各大网址的页面以及各种客户端等。新媒体行业为中国传媒市场的发展带来了巨大动力。

1.3 电视媒体的影响力不断减弱

过去，电视媒体与广播、报纸一起，占据着信息传播的主要地位，但是随着新媒体的不断发展和进步，电视媒体的重要地位逐渐弱化。新媒体有着电视媒体不能比拟的特点，它更注重信息的传播和互动，而且更新速度很快。

2. 电视媒体与新媒体融合过程中存在的问题

2.1 电视媒体与新媒体融合过程中观念、制度的冲击

当下，虽然新媒体的运营模式被广大受众所接受，受到人们的追捧，但是在电视媒体和新媒体融合的过程中，仍然会有新旧理念的冲突。根据实际播出效果看，虽然央视作为先驱者已经与新媒体进行融合，但是由于多方面因素的影响，还未完全达到预想的效果，其中重要的原因诸如电视媒体仍然实行着传统的层级管理机制。但是新媒体却不同，它是一个趋向于扁平化运作的行业，虽然也有层级，但层级较少，管理较为灵活。电视媒体在与其进行融合的过程中，很容易定不准自己新的位置，不能以平等的态度对待两者之间的融合，很容易忽视自己的优势或者过度看低新媒体，不能做好融合工作。

2.2 电视媒体与新媒体融合过程中的细节处理不好

电视媒体与新媒体融合的过程中，从实际行动方面来看，融合的目标在短时间是不能完全实现的，在进行融合的过程中要放开束缚，在合作的过程中要展现电视媒体的全部优势，不能将自己的关键方面隐藏，或者是害怕展现自己的弱势，害怕被别人学习了优点。长此以往，很容易造成电视媒体短见的现象。其实在进行融合的过程中，必须面对一定的风险，付出自己的全部努力，只有这样才能达到融合提高电视收益的目标。

3. 电视媒体与新媒体融合的关键

3.1 学习和运用互联网思维模式

新媒体最大的特点是信息的及时性、交错性、互动性，电视媒体若要与新媒体融合，增强自己的优势，不能只是简单地进行数字的转变，最重要的是观念的转化，要深入学习和运用互联网思维模式，实现电视媒体与新媒体的融合。

3.2 建设现代传播体系

电视媒体与新媒体融合的重点是“数字优先”，电视媒体若想做到这一点，就要对传统的组织结构进行改革，积极建设自己的新媒体平台，以新媒体的思维和运作模式，对电视媒体的内部进行资源整合，打通信息沟通渠道，优化信息传播的流程，创造新的电视媒体运行机制，体现了现代传播的特点。

3.3 “内容为王”

“内容为王”就是提高传播信息的质量，电视媒体与新媒体融合的关键还是要提供给观众感兴趣的内容，并且这些内容要适合新媒体的传播。这种内容上的融合是大势所趋，也是电视媒体生存发展的关键。

4. 电视媒体和新媒体融合的途径

4.1 进行电视手机化的转变

电视手机化主要通过手机软件，将电视节目的内容以视频的形式，传送到手机的视频软件之中，方便手机用户的观看。原因之一是智能手机的普及率越来越高，随着智能手机的不断推陈出新，手机的使用越来越便利，人们可以使用手机进行网上购物、交流等，在闲暇的时间，手机用户可以利用手机视频软件观看以前错过的精彩电视节目，这样方便了观众。人们在观看的同时还能在视频软件上，通过评论区或者弹屏表达对电视内容的观点，进行信息交流，这是一种新型的电视媒体与新媒体融合的方式。

4.2 进行电视网络化

电视网络化是将多媒体技术结合在电视节目中，成为一种新的运营形态。它可以在网站上通过设立电视台的网页，或者电脑软件，促进电视媒体的传播与发展。网络的及时性，能够很快地将电视节目进行网页转载甚至是现场直播，人们可以合理地利用自己的时间进行电视节目的观看。

当前我国首先建设的网络电视是央视网，然后渐渐地地方台也开始进行网络电视的构建，大大推进了电视网络的进程。但是在融合的过程中，还存在一定缺陷，比如互动效果差等缺点。如果要改变这一现状，就要加强电视网络化信息的不断丰富、双向传输快捷、专业高度等方面。与此同时，网络电视要注重提高电视的节目质量，不要太过冗长、乏味。在进行网络电视的构建时，保证它的安全性能，注重保护观众的隐私。在电视网络专业化的过程中，要使观众与网络电视的双向交流更加通畅，提高用户使用感受，促进电视网络化的快速发展。

4.3 实现电视台与视频网站联手发展的模式

随着新媒体的不断发展，电视媒体开始与各种视频网站进行联手发展，寻求经济利益的最大化，融合双方的优势来实现电视媒体与新媒体的融合。这方面现在做得有比较好的，例如湖南卫视与芒果视频网站的融合发展，它们在不同平台进行湖南电视台的节目播放。像《快乐大本营》《我是歌手》节目，通过芒果视频网站的播放，使得电视节目的收视率也在不断增加。这种合作途径不是简单的电视媒体的延伸，解除了以往过度依赖传统媒体的局限，突出表现了新媒体与电视媒体各自的特点，为电视媒体与新媒体的融合提供了新的发展方向。

4.4 电视媒体与微博和微信的融合

随着信息技术的不断开拓、创新，人们的交流越来越趋向于手机交流软件，微信和微博被称为交流的重要载体，它们都拥有巨大的使用群体，具有强烈的传播效应。电视媒体的宣传必须要借助微博的强大传播力，所以要加强电视媒体与微博的融合，通过微博增强与观众之间的交流，使得电视媒体的节目收视率得到保障。与此同时，微博则借助电视媒体这一老牌客户加强自身的品牌效应，提高点击率，做到互惠互利。微信从成立至今，已经成了使用人数最多、最普遍的交流软件。微信软件的朋友圈、微信群，能够使得人们得到更具体的、更具有针对性的信息。现在，很多的电视媒体开始与微信合作设立微信公众平台，比如中国的 12315 防伪节目，能通过平台与观众进行互动，及时传播防伪知识，对节目内容进行展现，促进了电视媒体的多方面发展。通过平台与观众互动，提前对节目进行预告、收集新闻线索等。电视媒体因为明星主持人而拥有固定的粉丝群，因此，电视媒体可以让主持人在微信平台与观众互动，同时也能锁定观众，提高收视率。电视媒体更需要借助微信这个平台，结合自己已有的品牌优势，为受众提供有价值、有深度的节目。电视媒体通过微信预告节目信息，为节目播出做足了宣传广告，为收视预热，也能有效提升自己的品牌影响力。

4.5 促进电视客厅的娱乐化

我国的人民群众已经进入了多屏时代，人们通过手机、电视机、电脑等时刻关注着软件、网址中的信息。人们购买智能电视已经形成了一种潮流，促进了电视客厅娱乐的转换，受众能够随时选择自己喜爱的电视节目，没有时间的限制，人们更加随心所欲。为了满足受众的需要，电视媒体也要不断地开拓、创新，适应多屏化的发展，使自己时刻追随时代发展的脚步，用更好的方法提升自己。

电视媒体与新媒体进行融合，是时代发展的大势所趋，新媒体对电视媒体的发展具有促进作用，同时还能使得新媒体获得更加优秀的内容，从而吸引更多的受众。电视媒体与新媒体的融合，对电视行业的发展具有重要的作用，它大大加快了电视行业数字化的进程，促进了优秀电视内容资源的传播，对电视媒体的发展具有重要的影响。与此同时，优秀的数字电视媒体，为受众提供了更加贴心的服务，促进了电视媒体的发展，顺应了时代发展的方向。媒

参考文献

[1] 孙金娜，张淑玲 . 浅析城市电视台与新媒体融合发展的路径 [J]. 东南传播，2015（1）.

（作者单位：重庆广播电视集团（总台））